



DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE LICENCIATURA EN EDUCACIÓN FÍSICA

Programa de la Asignatura:

**ELEMENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS E
INSTITUCIONALES**

Cuatrimestral

**Cátedra: ELEMENTOS DE REALCIONES PÚBLICAS E
INSTITUCIONALES**

Prof. Titular: Licenciada Valeria Martínez

Prof. Adjunto: Licenciado Carlos Bucci

Jefe de Trabajos Prácticos

Ayudantes: Licenciada Débora Jéssica Riobó

Carga Horaria: dos horas semanales.

1) Fundamentación

Introducción al concepto de la función de las Relaciones Públicas y su administración e importancia en las organizaciones.

Conocimiento de la importancia de la planeación de la función de las Relaciones Públicas.

Desarrollo de aptitudes para la organización de las Relaciones Públicas.

Formación integral del profesional de Educación Física.

2) **Objetivos Estructurales**

Lograr que el alumno:

Entienda la importancia de las Relaciones Públicas e Institucionales en el deporte.

Valore el rol de los medios masivos de comunicación.

Relacione la función profesional con el contexto social.

Elabore estrategias de planeamiento en las Relaciones Públicas e interinstitucionales.

Comprenda la función de las Relaciones Públicas en la organización.

Que el alumno:

Comprenda el concepto de Relaciones Públicas

Establezca vínculos y diferencias entre Relaciones Públicas y publicidad.

Analice la tarea de las Relaciones Públicas con los recursos humanos de la organización.

Revalorice el concepto de cliente y la comunicación.

Reconozca la importancia de las Relaciones Públicas e interinstitucionales en la captación de fondos (subsidio - sponsors).

Investigue los diferentes modos de vincularse institucionalmente.

Identifique los factores que inciden en la elaboración de un plan de Relaciones Públicas.

Determine las fases básicas operativas de un programa de Relaciones Públicas.

3) **Unidades Didácticas**

3.a) Contenidos Temáticos por Unidad Didáctica

I PARTE

ORIGEN Y SIGNIFICADO DE LAS RELACIONES PUBLICAS

1. Definición del término Relaciones Públicas y su rol para la organización, la empresa y para las diferentes instituciones.

Análisis de distintas definiciones y componentes principales. Las relaciones públicas y su proceso. La comprensión de las relaciones públicas en las organizaciones.

Clasificación. Concepto y teorías sobre las organizaciones: las concepciones de las Relaciones Públicas. Formas de hacer relaciones

públicas. La personalidad de una organización, su estructura y organigrama.

2. Las relaciones públicas y la importancia de las mismas en las distintas relaciones con los diversos públicos. Clasificación de públicos. Medios de comunicación con los públicos.
3. El Departamento o Gerencia en Relaciones Públicas y la Consultora. Actividades que desarrollan, estructura del área. Estrategias comunicacionales para favorecer la vinculación entre los individuos y la institución. Tipos de comunicación. Distinción entre la codificación y la decodificación del mensaje. Canales de comunicación. Posibles ruidos en el proceso de comunicación. Áreas de cobertura de la Relaciones Públicas. Relaciones con la prensa. Relaciones con el Gobierno.
4. Relaciones con la comunidad financiera. Relaciones con la comunidad. Relaciones con los clientes (actuales y potenciales). Relaciones con el personal, relaciones públicas internas. La comunicación Corporativa en el Deporte. Instrumentos de la Comunicación corporativa. Cómo gestionar la imagen de una empresa, institución o evento deportivo.

II PARTE

EL PROCESO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

5. La imagen corporativa. Las imágenes de la organización. Análisis organizacional (medio ambiente interno, medio ambiente general y medio ambiente competitivo). Perfil organizacional, empresarial e institucional. El rol de la Planificación en el Proceso de las Relaciones Públicas. La planificación estratégica. Definición de objetivos. Identificación de audiencias. Formulación de estrategias. Evaluación. Método RACE.
6. Cronograma. Especificación de medición de resultados .Diagnóstico organizacional. Medición en el proceso de la Relaciones Públicas. El proceso del análisis y diagnóstico como herramienta para entender las necesidades organizacionales. El rol de la Investigación y la Evaluación

en el Proceso de la Relaciones Públicas. Técnicas de Investigación. Responsabilidad social empresaria. Lectura, Contemplación, Observación y Encuestas de la opinión pública. La investigación instrumento vital. Análisis FODA. Segmentación.

III PARTE

TACTICAS Y ESTRATEGIAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

7. Herramientas empresariales y nuevas tecnologías. La Gacetilla de prensa. El house organ, revistas especiales, folletos, la memoria anual publicaciones conmemorativas, discursos, reuniones, entrevistas, manejo del rumor. Los Mass media como vehículos de comunicación empresaria. El lenguaje de los medios y sus aspectos económicos. La prensa gráfica. La palabra hablada, la palabra escrita. Relaciones con los medios masivos de comunicación social.
8. Entendiendo el proceso de la Opinión Pública. Qué es la Opinión Pública, su formación. Líderes de opinión. Factores en los que está basado la profesionalización de las Relaciones Públicas. Consideraciones Académicas, profesionales y éticas. Cómo prepararse para ejercerla competentemente.
9. Las Relaciones Públicas en Instituciones Educativas y Deportivas. Las Relaciones Públicas Internacionales. Importancia del protocolo en las Relaciones Públicas.

3.b) Bibliografía Específica por Unidad Temática

Sam Black. Las Relaciones Públicas un factor clave de gestión. Editorial Hispano Europea. Año 1994.

Szalay Jorge Ríos. Relaciones Públicas su administración en las organizaciones . Editorial Trillas . año 1994 .

Schein, Edgar H. Psicología de la Organización. (3° Edición). México: Prentice Hall.

Robbins, S. (2009). Comportamiento Organizacional. México: Prentice Hall.

Enrique, F. y Krieger, M. (2011). Comportamiento organizacional. México: Pearson Educación.

Solomon, Michael R. Comportamiento del consumidor. (7° Edición). México: Pearson Educación

Sam Black. ABC de las Relaciones Públicas. Ediciones Gestión 2000. Año 1996 .

MEDIAVILLA, GERARDO. Comunicación Corporativa en el Deporte. Editorial Gymnos. Madrid 2001.

Jordi Xifra (2005). Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas.

4) **Bibliografía General**

Barquero José Daniel. Casos Prácticos de Relaciones Públicas Ediciones Gestión 2000 S.A. Año 1995.

Barquero Cabrero José Daniel. Relaciones Públicas Empresariales. Ediciones Gestión 2000. Año 1994.

Billorou Oscar Pedro. Introducción a la Publicidad. El Ateneo año 1993.

Manes Juan Manuel. Marketing para instituciones deportivas. Cuadernos Granica . Año1997.

Jordi Xifra (2005). Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas.

Mullin , Hardy , Sutton .Marketing Deportivo. Editorial Paidotribo .Año 1996.

5) Cronograma de actividades

<i>Clases</i>	<i>Teóricas</i>
1-2	<ul style="list-style-type: none">• Introducción a la materia• Concepto de las Relaciones Públicas• Concepto de la función de RRPP• Sistema de las RRPP
3-4	<ul style="list-style-type: none">• Las organizaciones• Los medios ambientes de una organización y sus entornos• Organigrama
5-6	<ul style="list-style-type: none">• Formas de hacer RRPP• Perfil del relacionista público• Los sujetos de las RRPP• Los públicos de las RRPP
7-8	<ul style="list-style-type: none">• La función social de RRPP y RSE• Análisis FODA• Clase 8: primer examen parcial escrito
9-10	<ul style="list-style-type: none">• Relaciones Públicas internas• Método RACE
11-12	<ul style="list-style-type: none">• Planificación, comunicación y evaluación• Diagnóstico organizacional
13-14	<ul style="list-style-type: none">• 2do parcial: presentación TP
15-16	<ul style="list-style-type: none">• 2do parcial: presentación de TP• Recuperatorio

6) **Modalidades del proceso de orientación del aprendizaje**

Exposición y diálogo. Grupos de resolución de problemas. Investigaciones en grupos e individuales. Resolución de casos de crisis. Intercambio y explicación de resultados. Exposición en grupos.

7) Gestión de cátedra

La cátedra se organiza en clases teóricas, donde los docentes a cargo de la materia, dictan los contenidos organizados y planificados para el cuatrimestre. Estos contenidos serán evaluados en un primer examen parcial escrito.

Durante la segunda parte de la cursada, los alumnos prepararán un trabajo práctico en el que aplicarán los contenidos ya trabajados para el primer parcial y los nuevos. Para el desarrollo de este trabajo los alumnos elegirán una organización, que tomarán como modelo para su seguimiento y exposición final de la cursada. En el transcurso de la preparación del trabajo de la segunda etapa, los profesores, oficiarán de consultores y a la vez controladores, trabajando paralelamente con los alumnos.

8) Modalidad de cursado

Presencial o libre, según reglamento vigente en la Universidad.

9) Evaluaciones

Un parcial escrito semiestructurado de la teoría de la materia. Un trabajo práctico que consta de una investigación, con resolución de problemas y defensa oral con exposición grupal.

10) Régimen de Promoción

El vigente en la Universidad.